

Пономарчук Ю. В.

аспирант

Россия

ФУНКЦИИ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ТЕКСТОВ В ЗАГОЛОВКАХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Цель настоящего исследования – выявить особенности прецедентных текстов, используемых в заголовках печатных СМИ. Материалом исследования послужили заголовки, включающие прецедентные тексты, отобранные методом сплошной выборки из выпусков газеты «Уральский рабочий» за 1980 год.

Заголовок, т. е. «название текста, отдельно взятого или в составе группы однородных текстов» [Матвеева 2003: 71], играет важную роль в привлечении внимания читателей. Заголовки печатных СМИ выполняют следующие функции [Лазарева 1989: 69]:

1. графически-выделительную (выделяют тексты на полосе);
2. номинативную (называют текст);
3. информативную (в свёрнутом виде выражают содержание текста);
4. рекламную (привлекают внимание читателей);
5. интегративную (облегчают восприятие текста);
6. композиционную (прогнозируют деление текста на части);
7. оценочно-экспрессивную (участвуют в формировании эмоционального воздействия на читателя).

Термин «прецедентный текст» ввёл в употребление Ю. Н. Караулов в докладе «Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности» в 1986 году. Он называет прецедентными тексты, которые значимы «для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях»; имеют сверхличностный характер, т. е. «хорошо известны также и широкому окружению данной личности» [Караулов, 1997: 220]. Кроме того, обращение к подобным текстам в дискурсе данной языковой личности осуществляется неоднократно. Прецедентными текстами могут быть:

1. цитаты: *И много-много радости* (Уральский рабочий, № 1, 1.01.1980), *Раз картошка, два картошка* (Уральский рабочий, № 2, 3.01.1980), *Говорит и показывает Москва* (Уральский рабочий, № 4, 5.01.1980);

2. имена известных личностей: *Работать ударно, работать по-ленински* (Уральский рабочий, № 2, 3.01.1980);

3. названия произведений художественной литературы: *О тех, кто в море* (Уральский рабочий, № 5, 6.01.1980).

В заголовках печатных СМИ прецедентные тексты выполняют разные функции, которые будут показаны в докладе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность, М.: ЛКИ, 1997.
2. Лазарева Э. А. Заголовок в газете, Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989.
3. Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика, М.: Флинта: Наука, 2003.

Просвирнина И. С.

доцент

Россия

Ли Жань

магистрант

Китай

ЛЕКСИЧЕСКАЯ ОППОЗИЦИЯ *ОСТРЫЙ* – *ТУПОЙ* В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (ПО МАТЕРИАЛАМ ОПРОСА)

Архетипические оппозиции дают интересный материал для лингвокультурологического и аксиологического анализа, поскольку формируют культурные коды языковой картины мира. Культурный код понимается как «совокупность знаков, составляющих план выражения для культурного содержания, внутренне связанная система культурно-ценностной информации и установок, имеющих конвенциональный характер и формирующихся в пределах культуры» [Ковшова 2017: 33-40] .

Для сопоставления значений лексем в оппозиции *острый/тупой* в русской и китайской лингвокультурах, кроме анализа словарных статей, устойчивых контекстов, синонимических рядов, был проведен опрос в русской и китайской аудитории (примерно по 70 человек). При проведении опроса мы обратились к респондентам с заданием 1) написать 3-5 ассоциаций последовательно к лексемам *острый* и *тупой*; 2) написать устойчивые словосочетания или паремии с этими словами или на эту тему.

По результатам опроса на стимул *острый* среди носителей русской лингвокультуры мы получили 252 реакции и разделили их на 6 тематических